COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 22 mai 2015

Mediametrie

L'audience de l'Internet mobile en France en Mars 2015

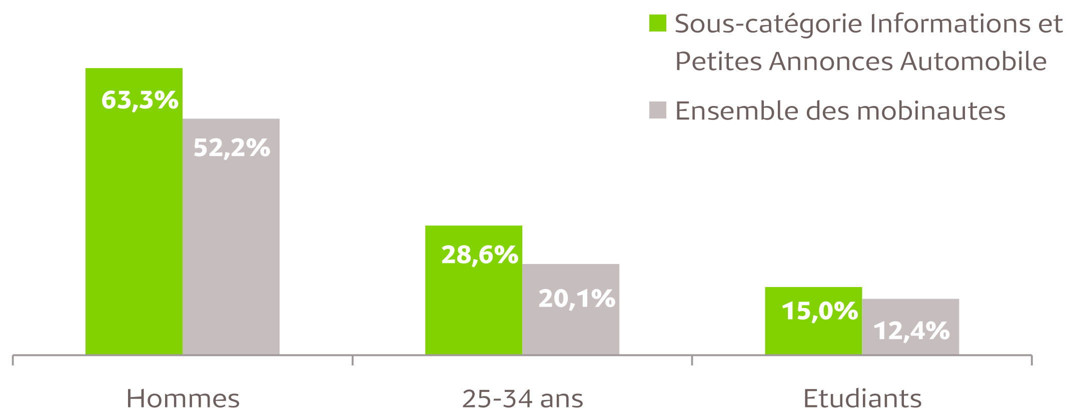
Plus de 5 millions de mobinautes sur les sites et applications de petites annonces automobiles

Aujourd'hui plus d'un Français sur 2 (56,8%) se connecte chaque mois à l'Internet mobile. Cela représente 31,1 millions de mobinautes au 1er trimestre 2015 soit 3,4 millions de plus qu'il y a un an. En mars 2015, les mobinautes ont consulté en moyenne 5,2 applications et ont visité 41,6 sites distincts.

Ce mois-ci, 5,1 millions de mobinautes se sont rendus sur au moins un site ou une application de la sous-catégorie « Informations et petites annonces automobile ». Cela représente 14,2% de mobinautes et près d'1 Français sur 10 (9,4%).

Les 25-34 ans sont les plus adeptes des sites et applications « d'informations et petites annonces automobile ». Ils comptent pour 28,6% de l'audience de la sous-catégorie alors qu'ils composent 20,1% de l'audience de l'Internet mobile. Hommes et étudiants sont également plus nombreux qu'en moyenne à consulter ces sites et applications et ils représentent respectivement 63,3% et 15% de l'audience de la sous-catégorie « informations et petites annonces automobile ».

Part des cibles au sein de l'audience de la sous-catégorie « Informations et Petites Annonces Automobile » et de l'audience mobile



Leboncoin.fr Auto arrive en tête du classement de la sous-catégorie avec 2,2 millions de mobinautes uniques en mars 2015, suivi de Caradisiac et de Lacentrale.fr avec chacun 1,1 million de visiteurs uniques.

Plus de 9 mobinautes sur 10 (90,7%) ont visité au moins un site sur mobile et 86,7% au moins une application.
La mesure comprend 21 840 brands et 5 250 applications.

Sources : Médiamétrie – Mesure d'audience de l'Internet mobile – Mars 2015 - Copyright Médiamétrie
Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'audience de l'internet mobile en France en Mars 2015



mediametrie // NetRatings

Le Top 20 des Groupes*

Rang	Groupes P	Visiteurs uniques par mois En milliers
1	Facebook	24 646
2	Google	24 016
3	Orange	12 882
4	Dailymotion	12 622
5	Wikimedia Foundation	11 036
6	Samsung Group	10 569
7	Apple Computer	10 344
8	Webedia	9 513
9	Solocal Group	9 051
10	Groupe TF1	8 312
11	SFR	8 252
12	Schibsted	8 223
13	Groupe Lagardere	8 171
14	CCM Benchmark Group	7 646
15	Yahoo	7 638
16	Microsoft	7 562
17	Groupe Amaury	7 532
18	Groupe Figaro	7 409
19	AccuWeather	7 362
20	Groupe Le Monde	7 315

Groupe ou Parent : Société actionnaire principale des brands qui lui sont rattachées. Le Parent consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Une brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent.

*Pour mémoire, le périmètre actuel de la Mesure Mobile couvre l'ensemble du web à l'exception des pages sécurisées (HTTPS).
Depuis Mars 2015, Médiamétrie déploie une technologie de mesure sur mobile (meter) sur un panel de 3000 individus afin d'intégrer l' audience des pages sécurisées (HTTPS) à la Mesure de l'Internet Mobile au 3ème trimestre 2015.
Suite au passage en HTTPS de la majorité des pages de l'acteur YouTube, celui-ci est absent du classement des Marques, Sites et Applications.

* Ce classement ne prend pas en compte l'audience des sites et applications générée en https.

Source : Médiamétrie – Mars 2015 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés



mediametrie // NetRatings

Le Top 20 des Marques*

Rang	Marques B	Visiteurs uniques par mois En milliers
1	Facebook	23 270
2	Google	20 787
3	Dailymotion	12 622
4	Orange	12 005
5	Wikipedia	10 847
6	Samsung	10 569
7	Apple	10 344
8	SFR	8 249
9	Leboncoin.fr	8 218
10	AccuWeather.com	7 362
11	PagesJaunes	7 187
12	Yahoo	7 058
13	Amazon	6 598
14	Bouygues Telecom	6 376
15	Shazam	5 901
16	Instagram	5 502
17	France Televisions	5 167
18	Le Monde	4 900
19	L Equipe	4 651
20	AlloCine	4 638

Marque ou Brand : Ensemble de domaines, sous domaines, pages et/ou applications appartenant à une même marque.

*Pour mémoire, le périmètre actuel de la Mesure Mobile couvre l'ensemble du web à l'exception des pages sécurisées (HTTPS).
Depuis Mars 2015, Médiamétrie déploie une technologie de mesure sur mobile (meter) sur un panel de 3000 individus afin d'intégrer l' audience des pages sécurisées (HTTPS) à la Mesure de l'Internet Mobile au 3ème trimestre 2015.
Suite au passage en HTTPS de la majorité des pages de l'acteur YouTube, celui-ci est absent du classement des Marques, Sites et Applications.

Source : Médiamétrie – Mars 2015 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'audience de l'internet mobile en France en Mars 2015



mediametrie // NetRatings

Le Top 20 des Sites*

Rang	Sites	Visiteurs uniques par mois En milliers
1	Facebook	23 220
2	Google	19 478
3	Dailymotion	12 542
4	Wikipedia	10 840
5	Orange	9 589
6	Leboncoin.fr	7 012
7	Amazon	6 207
8	Bouygues Telecom	6 177
9	Apple	5 863
10	France Televisions	4 964
11	PagesJaunes	4 765
12	SFR	4 685
13	20minutes.fr	4 210
14	L Equipe	4 185
15	Le Monde	4 142
16	Le Figaro	4 100
17	Linternaute.com	4 094
18	Le Parisien	3 716
19	AlloCine	3 633
20	WAT	3 558

Site : Un site est un ensemble d'URLs sur lequel un éditeur exerce une responsabilité éditoriale. La mesure mobile intègre les URLs des sites internet consultés à partir d'un téléphone mobile, qu'ils soient optimisés pour le téléphone ou non.

*Pour mémoire, le périmètre actuel de la Mesure Mobile couvre l'ensemble du web à l'exception des pages sécurisées (HTTPS). Depuis Mars 2015, Médiamétrie déploie une technologie de mesure sur mobile (meter) sur un panel de 3000 individus afin d'intégrer l' audience des pages sécurisées (HTTPS) à la Mesure de l'Internet Mobile au 3ème trimestre 2015.
Suite au passage en HTTPS de la majorité des pages de l'acteur YouTube, celui-ci est absent du classement des Marques, Sites et Applications.

.

Source : Médiamétrie – Mars 2015 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés



mediametrie // NetRatings

Le Top 20 des Applications*

Rang	Applications BS A	Visiteurs uniques par mois En milliers
1	Samsung	10 167
2	Apple	8 227
3	AccuWeather.com	6 587
4	Orange	6 257
5	Shazam	5 844
6	SFR	5 604
7	Instagram	5 501
8	Yahoo	5 292
9	Google	4 815
10	King.com	4 410
11	Deezer	3 854
12	Viber	2 983
13	PagesJaunes	2 955
14	Ksmobile.com	2 931
15	Waze	2 781
16	Windows Phone	2 709
17	L Equipe	2 282
18	La Chaine Meteo	2 252
19	Leboncoin.fr	2 248
20	Meteo France	2 177

Application mobile : Une application mobile est un programme téléchargeable de façon gratuite ou payante et consultable à partir du système d'exploitation du téléphone. Dans la mesure mobile sont prises en compte les applications connectées au réseau opérateur (3G/4G) et consultées à partir d'un téléphone.

*Pour mémoire, le périmètre actuel de la Mesure Mobile couvre l'ensemble du web à l'exception des pages sécurisées (HTTPS).
Depuis Mars 2015, Médiamétrie déploie une technologie de mesure sur mobile (meter) sur un panel de 3000 individus afin d'intégrer l' audience des pages sécurisées (HTTPS) à la Mesure de l'Internet Mobile au 3ème trimestre 2015.
Suite au passage en HTTPS de la majorité des pages de l'acteur YouTube, celui-ci est absent du classement des Marques, Sites et Applications.

Source : Médiamétrie – Mars 2015 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Définitions et méthodologie

Méthodologie

Innovation dans le monde de l'audience, la mesure de l'Internet mobile recense l'ensemble des connexions à l'internet mobile sur les réseaux de 3 opérateurs (Bouygues Telecom, Orange et SFR), modélise les autres opérateurs, et intègre une estimation statistique de la pratique en wifi.

Mesure de référence, la mesure d'audience de l'Internet mobile a été élaborée conjointement par l'AFMM (Association Française du Multimédia Mobile), les opérateurs mobiles (Bouygues Telecom, Orange, SFR), Médiamétrie et l'ensemble des acteurs du marché publicitaire (UDA, UDECAM, Geste, SRI, MMA, Acsel).

Périmètre de la mesure

La mesure d'audience de l'Internet Mobile prend en compte les usages réalisés exclusivement à partir d'un téléphone mobile via un réseau de communication mobile (GPRS / UMTS).

En complément, les résultats prennent en compte, par une estimation statistique, les usages réalisés via un réseau wifi. Cette estimation repose sur les résultats d'un échantillon de sites et d'applications mobiles fournis par des opérateurs site-centric. Ces résultats permettent d'identifier le gain d'audience apporté par les connexions réalisées via un réseau wifi. Un coefficient est ainsi déterminé afin d'estimer l'audience consolidée wifi + réseaux opérateurs, à partir de l'audience sans wifi donnée par la mesure.

Sont mesurés : les sites Internet - adaptés au mobile ou non - et les applications mobiles communicantes (connectées au réseau de l'opérateur).

Pour des raisons de confidentialité ou de contrainte technique, les usages suivants ne font pas partie de la mesure : navigation en https (pages sécurisées sur les messageries par exemple) et navigation à partir du navigateur Opéra. Plusieurs applications et sites mobiles sont sécurisés au format https (réseaux sociaux, banques, assurances, mail, portails…). Leur audience peut ne pas être prise en compte intégralement dans la mesure d'audience.

Depuis les résultats de décembre 2013, le surf des abonnés « autres opérateurs » est modélisé dans la mesure. Le calcul du poids ainsi que du profil des autres opérateurs est réalisé sur la base de l'étude de cadrage Médiamétrie : Téléphonie et Services Mobiles. Les résultats « tous opérateurs » sont ainsi obtenus par l'application d'un coefficient statistique. Le niveau « tous opérateurs » est devenu le niveau de référence de la mesure.

Définitions

Mobinaute Dernier Mois : personne ayant effectué au cours du dernier mois au moins une des activités suivantes depuis un téléphone mobile : consulter un site ou une application mobile, consulter ou envoyer des e-mails, utiliser une messagerie instantanée, regarder la télévision sur un téléphone mobile.

Visiteurs Uniques : Nombre total de personnes ayant visité un groupe, une marque, un site ou une application mobile au moins une fois pour la période concernée.

Source : Médiamétrie – Mars2015 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés



A propos de Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2014, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 82,4M€.

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Web : www.mediametrie.fr
Twitter : www.twitter.com/Mediametrie
Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :
Adélie Ménager
Tél : 01 71 09 93 18
amenager@mediametrie.fr

Jeanne Laversin
Tél : 01 47 58 97 83
jlaversin@mediametrie.fr